

KULTURA STRACHU W POLSKIEJ PRASIE BRUKOWEJ

MAGDALENA HODALSKA

Uniwersytet Jagielloński
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

ABSTRACT

Culture of fear in Polish tabloid press

The content analysis of two Polish tabloids helped to distinguish visual and verbal means used to induce fear in the readers of *Super Express* and *Fakt*. The paper shows how the tabloid publications can contribute to the Culture of Fear (Frank Furedi, Barry Glassner). Publishers know that fear is an effective tool of persuasion, and the constant use of fear appeals, among others, leads the tabloids to the top of the selling lists. For years, tabloids have supplied their readers with dreadful news and stories evoking fears and anxieties nurtured by real events or rooted in imaginary phenomena. In the restless time of crisis it is essential to study the nature of fears represented in tabloid publications, to discover their cultural background, historical contexts, and social consequences.

Key words: tabloid press, culture of fear, content analysis, tabloidization, persuasion.

W pierwszych dekadach nowego tysiąclecia wyobraźnię kulturową pobudza i kształtuje przede wszystkim lęk, pisał Frank Furedi (2009, s. VII), podkreślając rolę mediów współtworzących kulturę strachu. Pojęcie *Culture of Fear* do nauk społecznych w tym samym czasie wprowadzili właśnie Frank Furedi (1997) i Barry Glassner (1999). Obydwaj zwracali uwagę na media, które nieustannie atakują nas wiadomościami o zbliżających się kataklizmach, wywołanych przez

✉ Adres do korespondencji: magdalena.hodalska@uj.edu.pl

człowieka lub naturę (Furedi 2009, s. VIII). Jedną z podstawowych cech kultury strachu jest przekonanie, że ludzie narażeni są na nieustanne ataki ze strony potężnych, niszczących sił (Furedi 2009, s. X). Każda kultura i każde społeczeństwo może w czym innym widzieć źródło owych zagrożeń. Artykuł pokazuje, w jakie szaty i słowa ubierają je twórcy polskich tabloidów.

Czego boją się Polacy i czym nas straszą tabloidy?

W kwietniu 2013 roku Instytut Badania Opinii Publicznej Homo Homini zapytał, czego Polacy obawiają się najbardziej¹. Badania pokazują, że przede wszystkim utraty pracy (51%). O dziwo, w analizowanej przeze mnie próbie, obejmującej 5 miesięcy (od marca do sierpnia 2013 r.), znalazło się bardzo niewiele materiałów na ten temat. Choć artykuły w tabloidach opatrzone były tendencyjnymi tytułami, np. *Tak wygląda piekło polskich bezrobotnych*², jednak ton wypowiedzi podobny był do tego, jaki dominuje w artykułach na temat bezrobocia publikowanych w mediach poważnych.

Tabloidy nie zajmują się czynnikami ekonomicznymi, ale przyczyny problemów na rynku pracy upatrują w złej woli urzędników³: *Bezrobocie szaleje, tysiące rodzin pogrąża się w biedzie. A co robią urzędnicy w pośredniakach? Przekładają papierki. I wcale nie po to, żeby znaleźć komuś zatrudnienie*. Artykuł w lipcowym numerze *Faktu* opatrzone był zdjęciami „tłumu bezrobotnych” przed pustą tablicą w urzędzie oraz urzędniczek „na papierosie”, którym *nie chce się odpisywać na mejle z ofertami pracy*⁴. W taki sposób tabloidy mierzą się z problemem, który napawa przerażeniem co drugiego Polaka pytanego o to, czego jego rodacy boją się najbardziej. Jednak ani *Super Express*, ani *Fakt* nie eksploatują tej obawy w sposób nadmierny, dużo więcej miejsca poświęcając „głodowym emeryturom”, które są troską 38,6% badanych.

Głodowe emerytury, bieda, starość

Można odnieść wrażenie, że większość publikacji tabloidów adresowana jest do czytelników starszych, których zdecydowanie bardziej interesować będzie wysokość emerytur (stąd też częste „Specjalne dodatki dla seniorów” i zapowiedzi na pierwszych stronach: *Emerycie! Sprawdź, czy ZUS dobrze wyliczył twoje świadczenia*⁵) niż nowe miejsca pracy.

¹ <http://i.iplsc.com/odpowiedzi-na-pytanie-czego-wedlug-pana-i-polacy-boja-siena/000292LF25GYFB9C-C116-F4.png> (dostęp: 11.06.2013).

² *Super Express*, 14.03.2013, s. 5.

³ Urzędnikom nie zależy, by ludzie mieli pracę, *Fakt*, 20–21.07.2013, s. 2.

⁴ *Fakt*, 20–21.07.2013, s. 2.

⁵ *Super Express*, 29.04.2013, s. 1.

Tabloidy stają się ambasadorami emerytów, którzy *codziennie walczą o przetrwanie*⁶, *żyją za 1,50 zł dziennie... a rząd chce im dać 30 gr podwyżki!* – takie wyliczenie znajdujemy na pierwszej stronie *Super Expressu*; w artykule pt. *Rząd sobie z nas żartuje* czytamy o *kajzerkowej waloryzacji*⁷ emerytur. Zwraca uwagę wymowny epitet, choć trudno znaleźć kajzerki za 30 groszy.

Jeśli w publikacjach brukowców wraca temat kryzysu, który budzi obawy 6,4% badanych, to najczęściej w kontekście tego, jaką cenę za kryzys zapłacą najbiedniejsi czytelnicy tabloidów, którzy *z przerażeniem zastanawiają się, jak przyjdzie im związać koniec z końcem*⁸. W imieniu emerytów *Super Express* i *Fakt* prowadzą kampanie przeciwko ZUS-owi. Zabawny tytuł, wykorzystujący skojarzenia z dawnym systemem: *Czy się stoi, czy się leży, w ZUS-ie premia się należy*⁹, zaprasza do artykułu, którego puenta jest oczywista: *Urzednicy mają obowiązkowe nagrody co kwartał. A emeryci klepią biedę*. Tabloidy krzyczą: *Brakuje na emerytury! Nie brakuje na nagrody!*¹⁰. Dziennikarze wyliczają, ile kosztują premie, limuzyny¹¹ i organizowane dla pracowników ZUS-u *szkolenia z asertywności w podejściu do klienta*¹².

Doniesienia o tym mogą u mało odpornych czytelników wywoływać agresję i złość. Prasa brukowa zna siłę antagonizmów i konfliktów podsycających emocje. *Fakt* staje w obronie zwykłych ludzi, solidaryzuje się z nimi, mówi to, co wszyscy myślą. Tendencyjnie, agresywnie, napastliwie: *Emeryci dostali po 50 zł podwyżki. 2,3 miliona Polaków jest bezrobotnych. Kilkaset tysięcy dzieci głoduje. Karetki nie dojeżdżają do chorych, a ... Prezesi biorą po 1,3 mln zł premii za Euro*¹³. Mamy dwa światy – bogaczy i nędzarzy. Od ponad stu lat do technik wyróżniających sensacyjne dziennikarstwo należało m.in. sympatyzowanie z „ofiarami systemu”, prowadzenie kampanii przeciwko nadużyciom, na które narażeni są zwykli obywatele (Mateja 2011, s. 61).

Poświęcone biedzie i głodowym emeryturom artykuły często ilustrowane są głosami tzw. zwykłych ludzi, z Białegostoku, Wrocławia, Koszalina, emerytów, którzy przedstawieni są z imienia i nazwiska, znamy także ich miejsca zamieszkania i wiek. „Taki sposób kreowania bohaterów sugeruje bliskość i znajomość” (Sobczak 2011, s. 97), sprzyja identyfikacji i wzmacnia przekaz płynący z emocjonalnych wypowiedzi: *Z emerytami nikt się nie liczy. Okradają nas i wszystko zabierają dla siebie. Jak można oszczędzać na najstarszych Polakach?*¹⁴. Takie same pytania pewnie często zadają sobie czytelnicy tabloidów i chyba także respondenci Instytutu Homo Homini. W 2013 roku obawa przed głodową emeryturą była na trzecim miejscu w rankingu polskich strachów.

⁶ *Super Express*, 13.06.2013, s. 7.

⁷ *Super Express*, 13.06.2013, s. 7.

⁸ *Super Express*, 4.03.2013, s. 7.

⁹ *Fakt*, 25.07.2013, s. 5.

¹⁰ *Fakt*, 25–26.05.2013, s. 14.

¹¹ *Fakt*, 25–26.05.2013, s. 14.

¹² *Fakt*, 25–26.05.2013, s. 14.

¹³ Prezesi biorą 1,3 premii za Euro, *Fakt*, 14.03.2013, s. 1.

¹⁴ *Super Express*, 4.03.2013, s. 7.

Wiedzę o strachu tabloidy umiejętnie wykorzystują, eksploatując te obawy, które są najbliższe odbiorcom gazet brukowych. Dlatego niewiele w nich znajdziemy o nietolerancji (6%) czy ataku terrorystycznym (6%), które przerażają respondentów w równym stopniu, ale jakże dalekie są od problemów np. pani Marii, której nie stać na lekarstwa, czy pana Józefa, który z tego samego powodu popadł w dług, a teraz ściga go komornik¹⁵. W świecie tabloidów głodowa emerytura nieuchronnie prowadzi do dramatów, skwapliwie opisywanych przez reporterów, stojących w obronie zwykłych ludzi.

Starość, której obawia się 14,1% badanych, na łamach tabloidów jawi się jako przeklęty czas, w którym człowiek jest słaby, chory, opuszczony, wykorzystany przez oszustów i naciągaczy¹⁶, lekceważony i poniewierany przez młodych. Starszy czytelnik tabloidów po lekturze gazet brukowych wie, że może liczyć tylko na siebie, ale takich jak on są tysiące – pozbawionych opieki, a czasem środków do życia, opuszczonych i samotnych¹⁷, których co jakiś czas odwiedzają... reporterzy tabloidów, aby pokazać, w jak koszmarnych warunkach mieszkają najsłabsi. Samotności i opuszczenia boi się co dziesiąty Polak (11,6 %). Bieda jest powodem obaw 12,4 % badanych.

Tabloidy doskonale wyczuwają te tendencje i regularnie przypominają, że jest się czego obawiać. Bo *Polaków nie stać na leczenie*¹⁸. Żółta czcionka skutecznie przykuwa uwagę czytelników i działa wyjątkowo emocjonalnie (Mateja 2011, s. 66). Na pierwszej stronie *Super Expressu* czytamy, że *już teraz około 4 mln z nas nie leczy się, bo w publicznej służbie zdrowia są wielomiesięczne kolejki, a na prywatną wizytę ich nie stać*¹⁹. *Polacy czują się oszukani przez służbę zdrowia* – przypomina *Fakt*, który od lat wspólnie z *Super Expressem* gorliwie opisuje wszelkie nadużycia w szpitalach i błędy lekarskie. To zaś składa się na obraz służby zdrowia, która zdrowiu bardziej zagraża, niż służy²⁰.

Tabloidy można posądzać o wiele rzeczy, ale na pewno nie o to, że kształtują ufnych obywateli, pisał John Fiske (Allan 2006, s. 109). Gazety brukowe skupiają się na „budzeniu zaufania do siebie samych – kosztem zaufania do świata, o którym mówią” – Zbigniew Bauer (2010, s. 37) upatrywał w tym zjawisko, które określa się mianem „spirali cynizmu”, stopniowo tworzącej „kulturę cynizmu”, w której „nikomu ufać nie należy, gdyż nic nie ma wartości”. W krajach postkomunistycznych, przeżywających kulturową traumę transformacji, łatwo rozkręcić spiralę cynizmu, zwłaszcza że „nieufność przeradzająca się w cynizm jest zna-

¹⁵ Polaków nie stać na leczenie, *Super Express*, 23.05.2013, s. 1.

¹⁶ Tak naciągają emerytów na lekarstwa, *Fakt*, 29.03.2013, s. 1.

¹⁷ Polaków nie stać na leczenie, *Super Express*, 23.05.2013, s. 1–2. Artykuł uzupełnia *human story* Marii Kowalczyk (76 l.), która choruje na serce, do najbliższej przychodni ma 15 km, a z jej wsi nie jeździ żaden autobus.

¹⁸ *Super Express*, 23.05.2013, s. 1–2.

¹⁹ Polaków nie stać na leczenie, jw.

²⁰ W tabloidach znajdujemy takie sformułowania, jak np. *służba zdrowia, która nie ratuje życia dzieci*, *Fakt*, 4.03.2013, s. 3.

komicie sprzedającym się towarem. Jest także pierwszą, choć nie najważniejszą strategią tabloidów” (Bauer 2010, s. 38).

Horror w szpitalach

Doniesienia o niekompetentnych lekarzach i sanitariuszach na pewno nie dodają ufności czytelnikom. W cyklu artykułów opatrzonych wymownym tytułem *Horror w szpitalach* czytamy o lekarzu, który uszkodził choremu jelita²¹; o kobiecie, która umarła po zwykłej operacji biodra, o pacjentach *upodlonych jak przedmiot*²²; o staruszce, która czekała na pomoc 13 godzin na szpitalnym krześle. *Politycy takich dramatów nie przeżywają. Do posła karetka przyjedzie od razu*²³, przypomina *Fakt* i w imieniu czytelników krzyczy: *Hipokryci! Co wy wiecie o koszmarze chorych?!* Koszmar ten tabloidy opisują ze szczegółami. W artykule pt. *Pacjent się nie liczy ratownik medyczny ujawnia wstrząsające kulisy pracy pogotowia*, w którym rządzi pieniądź. Aby przybliżyć ten problem każdemu czytelnikowi, autorzy publikacji straszą: *Twoje dziecko dostało zapaści, temperatura przekroczyła 39 stopni? A może ktoś z twoich bliskich traci przytomność, a ty liczysz na karetkę? Możesz jej nie doczekać!*²⁴. Do tego dodajmy karetki, które się psują lub mają niepełną obsadę²⁵ – o tym też pisze *Fakt* w kontekście głośnej i tragicznej sprawy małej Dominiki, która zmarła, ponieważ pomoc nie dotarła na czas²⁶.

*Lista hańby służby zdrowia*²⁷ jest długa. Narodowy Fundusz Zdrowia, podobnie jak ZUS, jest obiektem kampanii, którą media brukowe toczą w imieniu i w obronie pacjentów, bo źródła zapaści systemu emerytalnego i zdrowotnego są według tabloidów takie same. *Super Express* pisze: *Już wiadomo, gdzie trafiają pieniądze, które powinny iść na leczenie Polaków! Z tych funduszy utrzymuje się armię urzędników NFZ. Czarna czcionka na jasnożółtym tle nie tylko sprzyja budzącemu emocje kontrastowi, ale też konotuje zawiść i nienawiść* (Mateja 2011, s. 66): *Tak się pasą urzędaszy w NFZ... A pacjenci umierają*²⁸. W świecie tabloidów szpitale są miejscem upodlenia, w którym próżno szukać pomocy. To musi budzić w starszych, schorowanych czytelnikach niezwykle silny lęk.

Twórcy tabloidów wiedzą, że chorób ludzie obawiali się zawsze. Strach przed chorobą własną wyraża 40,2% badanych, przed chorobą najbliższych 32,9%. Jest

²¹ *Fakt*, 15.3.2013, s. 10.

²² Tamże.

²³ Hipokryci! Co wy wiecie o koszmarze chorych?!, *Fakt*, 14.03.2013, s. 10–11.

²⁴ Pacjent się nie liczy, *Fakt*, 14.03.2013, s. 8.

²⁵ *Fakt*, 4.03.2013, s. 3.

²⁶ Historią dziewczynki zajmowały się w marcu 2013 roku wszystkie polskie media. Jurek Owsiak zastanawiał się, czy Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy ma „pomagać służbie zdrowia, która nie ratuje życia dzieci”. Cyt. za: Horror w szpitalach, *Fakt*, 4.03.2013, s. 3.

²⁷ *Fakt*, 12.03.2013, s. 1.

²⁸ Tak się pasą urzędaszy w NFZ... A pacjenci umierają, *Super Express*, 21.03.2013, s. 2.

to najważniejszy powód lęku, najbardziej też eksploatowany przez tabloidy. *Super Express* i *Fakt* opisują bardzo często błędy lekarzy i systemu ratunkowego, bo to one bulwersują najbardziej, ale też nie marnują żadnej okazji, aby czytelników wystraszyć *mięsem zatrutym antybiotykami*²⁹, czy *wódką śmierci, która zabija w Polsce*³⁰.

Błady strach padł na smakoszy kielbasek, czyli zatruta żywność, wirusy i bakterie

Wydaje się, że problem zatrutej żywności, która może wywołać choroby, jest tematem, który regularnie powraca w tabloidach. Najczęściej pod szyldem afery, której kulisy dziennikarzom udało się ujawnić, nawet jeśli to nie reporterzy tabloidów, ale Uwagi TVN odkryli „koszmarny proceder”, o jakim na początku marca 2013 r. *Fakt* informował czerwoną czcionką: *Czyścili spleśniałe mięso i sprzedawali!*³¹. Trzy tygodnie później „afery mięsna” dotyczyła *skupu padliny za złotówkę*³².

*Błady strach padł na smakoszy kielbasek*³³, tak zaczyna się artykuł, w którym sformułowanie *po aferze z chorym i padłym bydłem aż strach kupować wędliny* brzmi tak „jakby afera toczyła się miesiącami i pochłonęła setki śmiertelnych ofiar zatrutych padliną, a zmęczone społeczeństwo odrzuciło jedzenie wędlin i kielbas” (Bejm 2013, s. 55) – jak słusznie zauważyła autorka pracy poświęconej manipulacji na łamach tabloidów. Izabela Bejm (2013, s. 59) podaje wiele przykładów tego, jak dobrze sprzedaje się w brukowcach strach przed groźnym pożywieniem, tabloidy specjalizują się we wszczynaniu alarmów: „jeżeli nie ma żadnej większej afery na skalę krajową, to należy ją wywołać”.

5 kwietnia 2013 r. *Fakt* ujawnia: *Czym trują żywność?! Ostrzegawczy żółty trójkąt na okładce odsyła do artykułu pokazującego skalę oszukańczych sztuczek i fałszerstw*³⁴, których dopuszczają się producenci żywności. Podpisy pod zdjęciami surowego kurczaka, chleba, soku czy herbaty, sugerują, że w każdym artykule znajduje się coś podejrzanego. Ramka z mięsem mielonym opatrzona jest komentarzem: *Wszystko co da się zmielić – konina, mieszaniki różnych mięs, soja, mąka, ścięgna, skóry, odpady poubojowe, skrawane kości, zwroty, łój i inne śmieci*³⁵. Izabela Bejm (2013, s. 61) zwraca uwagę na konstrukcję zdania, z której wynika, że „autor wymienia jedynie to, co da się zmielić. Równie dobrze mógłby napisać, że zmielić da się deskę albo foliową torbę. Wymienienie wszystkich tych «ok-

²⁹ *Nie bez powodu biliśmy na alarm! Antybiotyki, którymi faszcerowano chore krowy, są groźne dla człowieka, Fakt, 9.05.2013, s. 1–2.*

³⁰ *Fakt, 17.09.2012, s. 1.*

³¹ *Fakt, 8.03.2013, s. 13.*

³² *Fakt, 29.03.2013, s. 1.*

³³ *Fakt, 29.03.2013, s. 2.*

³⁴ *Fakt, 5.04.2013, s. 2–3.*

³⁵ *Fakt, 5.04.2013, s. 3.*

ropnych» składników ma wzbudzać w czytelniku rosnącą odrazę – po lekturze całego zdania ma uświadomić sobie, co znajduje się w jego posiłkach”.

Obrzydzenie i strach czytelników mogą również budzić obrazy z *Piekarni grozy* pod Lublinem, w której *mieszano ciasto z pleśnią, a ludzie jedli je, nie wiedząc, na jakie niebezpieczeństwo są narażeni. Fakt* publikuje zdjęcia, ostrzegając, że *co wrażliwsze osoby mogą przyprawić o jadowstręt*³⁶. Ale przecież właśnie o to chodzi gazetce, która istnieje po to, by szokować pod płaszczykiem pomocy czytelnikom. Tabloidy eksploatują wydarzenia marginesowe i pseudowydarzenia, faktoidy (Allan 2006, s. 212).

Co jakiś czas przypominają nam, że oprócz celowo zatrutej żywności mogą nas też zabić bakterie, paciorkowce, bąblowce, które czają się wszędzie, a tabloidy tropią ich ślady, np. w popularnym leku przeciwgorączkowym znaleziono groźnego paciorkowca, a *farmaceuci lekceważą zagrożenie*³⁷. *Fakt* ogłasza jednak: *Alarm! Groźne bakterie w Ferweksie! Nie podawaj tego dzieciom* – ostrzega na pierwszej stronie czerwoną czcionką, która ma ogromną siłę perswazyjną (Mateja 2011, s. 66). Podobnie jak terminologia medyczna, od której zwykle tabloidy stronią³⁸: *Enterococcus faecium – bo tak nazywa się ta bakteria, może zaatakować nawet mięśnie sercowe, może wywołać biegunkę, wymioty i gorączkę!* – to musi przekonać czytelników, aby wyrzucili opakowania leku³⁹.

W lipcowym numerze tabloid, który „odkrył” *śmiertelnie niebezpieczne larwy tasienca w jagodach!*⁴⁰, wzywa: *Myjcie owoce kupione przy drodze!*, bo *poza wyśmienitym smakiem mogą kryć w sobie truciznę!* Z artykułu dowiadujemy się, że larwy tasienców bąblowców wykrywa się, kiedy już zaatakują wątrobę, lub umiejscowią się w mózgu czy płucach. *Bąblowica może zabić!*⁴¹ – ostrzega tabloid w samym środku wakacji; żeby nawet zrelaksowani wczasowicze przypomnieli sobie, że zagrożenie czai się wszędzie. O każdej porze roku znaleźć można chorobotwórcze wirusy czy bakterie, których podobizny straszą z łamów gazet brukowych. Ponoć tylko dziewięciu na stu respondentów boi się śmierci, ale i tych dziewięciu można regularnie straszyć.

Rozdrażniona matka natura

W tabloidach śmierć przynoszą mrozy i nawałnice, huragany i tornada, powodzie i upały: *Musimy sobie radzić w potwornym ukropie. Zobacz, jak nie dać się usma-*

³⁶ *Fakt*, 15.03.2013, s. 13.

³⁷ *Fakt*, 25–26.05.2013, s. 8.

³⁸ Magdalena Wojdyła (2011, s. 143) przypomina, że tabloidy zwykle nie posługują się terminologią medyczną, wybierając świńską grypę czy grypę zdecydowanie częściej niż wirus AH1N1. Na to też zwraca uwagę Rod Brookes (Brookes 2000, s. 207).

³⁹ *Fakt*, 25–26.05.2013, s. 1, 8.

⁴⁰ *Myjcie owoce kupione przy drodze!*, *Fakt*, 18.07.2013, s. 12.

⁴¹ *Bąblowica może zabić!*, *Fakt*, 18.07.2013, s. 12.

żyć! – zachęca *Fakt* pod koniec lipca 2013 r., kiedy *żar leje się z nieba*⁴². Podobne rady oferują tabloidy na okres burzowy, kiedy będzie groźnie, *bo niebo sypnie piorunami. Burze grozy!!!* zapowiada na pierwszej stronie *Super Express*, aby w środku numeru napisać ze szczegółami, jak uderzenie pioruna działa na człowieka i jak sobie radzić podczas trąby powietrznej: *Rozdrażniona matka natura może być śmiertelnie niebezpieczna*⁴³. Konkurencyjny brukowiec również pokazuje, *jak powstają burze grozy*⁴⁴, i przypomina, że *pioruny niosą śmierć*. Błyskawice i grzmoty, gwałtowne zjawiska atmosferyczne bywają w świecie tabloidów zapowiedzią końca świata.

Koniec świata

To zagrożenie było szczególnie eksploatowane pod koniec grudnia 2012 roku, gdyż wtedy, zgodnie z przepowiednią Majów, miał nastąpić koniec świata⁴⁵. Tabloidy odpowiednio wcześniej rozpoczęły odliczanie. Autor artykułu pt. *Dziś koniec świata*⁴⁶ wspomina o „parze warszawiaków, która czeka na koniec świata uzbrojona w maski gazowe i śpiwory. To oczywista manipulacja, mająca na celu przekonanie odbiorcy, że jakieś formy przygotowań do apokalipsy zostały już wszczęte” (Bejm 2013, s. 36). Zbigniew Bauer (2010, s. 41) przypominał, że redukcja argumentów racjonalnych i zastąpienie ich emocjonalnymi to, obok budzenia nieufności, jedna ze strategii tabloidów.

18 grudnia 2012 roku *Super Express* obwieścił, że *Koniec świata rozpocznie się o 10:00*, i zaapelował, do pracodawców, by pozwolili podwładnym później przyjść do pracy: *Niech pożegnają się z rodzinami!* Izabela Bejm pisze:

Nawet jeżeli doniesienia o możliwym ataku zombie wydają się śmieszne, to ów *lead* jest zdecydowanym nadużyciem. Nie ma tu bowiem znaków zapytania, domysłów – jest za to „postulat” autora do pracodawców – podłym fragmentem zdaje się być ten o pożegnaniu z rodziną. Szczególnie, że kolejnego zdania czytelnik dowie się, że *Polacy już szykują się do końca świata*. To ewidentna manipulacja [...] Skoro wszyscy szykują się na koniec świata, a pismo apeluje do pracodawców o możliwość pożegnania się z rodziną, to sprawa może być poważna (Bejm 2013, s. 39–40).

W ostatnim tygodniu przed rzekomą apokalipsą *Super Express* prowadził kampanię informacyjną pt. *Jak przeżyć koniec świata*.

⁴² *Fakt*, 30.07.2013, s. 8–9.

⁴³ *Super Express*, 17.05.2013, s. 10.

⁴⁴ *Fakt*, 11.06.2013, s. 10.

⁴⁵ *Super Express*, 21.12.2012, s. 1.

⁴⁶ Tamże, s. 4.

Termokoc, Cola i stare jajo

Na życie czytelników czyhają również dziwaczne wypadki: *Termokoc chciał mnie zabić* – skarży się Lidia Berger na prezent od córki i zięcia – *miał ogrzać, ale o mały włos jej nie upiekl żywcem*⁴⁷. Urazem skończyła się też historia pani Krystyny, której wybuchło w oko *stare jajo* (Bejm 2013, s. 46). Podobny finał mogła mieć historia z artykułu *Cola chciała mnie zabić*⁴⁸, opatrzona nie zdjęciem, a graficzną wizualizacją przerażonej matki i dziecka na *zakupach w osiedlowym sklepie, które omal nie skończyły się tragedią*. Sformułowanie *sklep osiedlowy* może sprawić, że czytelnik poczuje, że oto w jego najbliższym otoczeniu czyha podobne niebezpieczeństwo. Zwraca uwagę użycie w tych konstrukcjach antropomorfizacja termokoca, jaja czy Coli, które obdarzone są ludzkimi cechami, a przede wszystkim złą wolą.

Groźne zwierzęta

Czytelnicy tabloidów muszą pamiętać, że niebezpieczeństwo czai się wszędzie. Wielkim jego źródłem są nieprzewidywalne i groźne zwierzęta: *Wilki mutanty*⁴⁹, *Krwiożercze meszki*⁵⁰, *włochate tarantule, które terroryzują Bochnię*⁵¹, czy *wściekle króliki*⁵². Ilustracja przedstawiająca królika z czerwonymi oczami, otwartym pyskiem i gigantycznymi kłami opatrzona jest podpisem: *Ten królik to wcale nie milusińskie zwierzątko, tylko krwiożercza bestia! Chciał odgryźć rękę, która go karmiła. [...] Gdyby wbił zęby o centymetr dalej, Jerzy Zatorski [...] wykrwawiłby się!* – makabryczne fakty „pozbawiają odbiorcę reszty złudzeń co do prawdziwej natury kicających ssaków” – pisze Bartosz Średnicki (2008) w pracy na temat groźnych zwierząt w *Super Expressie* i *Fakcie*.

W gazetach brukowych znajdziemy dramatyczne relacje o szczurach, które grasują w blokowisku. *Olbrzymie gryzonie włączą do łóżek śpiących mieszkańców, chodzą po ich twarzach, a kiedy przerażeni śmiertelnie ludzie zasłaniają się rękami, szczury wyrrywają im kawałki ciała* – pisze Dariusz Dutkiewicz w artykule pt. *Szczur pogryzł mnie w łóżku*⁵³, którego początek przywodzi na myśl kryminał: *Eugenia Pietkun (67 l.) z Wolsztyna nie może zasnąć. Leżąc w łóżku przy zapalonym świetle zaciska dłoń na rękojeści noża*. Kobieta nie czeka na atak mordercy, ale szczurów, wygłodniałych i zuchwałych, które na zdjęciach mają czerwone oczy i długie ostre zęby „zrobione” w Photoshopie. Bartosz Średnicki zwraca

⁴⁷ *Fakt*, 8.01.2009, s. 12.

⁴⁸ *Fakt*, 20.10.2011, s. 10.

⁴⁹ P. Halicki: *Wilki Mutanty*, *Fakt*, 4.09.2007, s. 14.

⁵⁰ *Krwiożercze meszki atakują*, *Fakt*, 16.06.2008, s. 12.

⁵¹ M. Gleń: *Tarantule atakują Bochnię*, *Fakt*, 9.07.2008, s. 11.

⁵² Tu i dalej: *Wściekły królik mnie ugryzł!*, *Fakt*, 12–13.08. 2006, s. 11.

⁵³ D. Dutkiewicz: *Szczur pogryzł mnie w łóżku*, *Fakt*, 21.02.2007, s. 5.

uwagę, że groźne zwierzęta z łamów tabloidów patrzą drapieżnymi czerwonymi oczami, szczerzą zęby lub mają otwarte dzioby.

Redakcyjni graficy dbają o to, aby monstrualnych rozmiarów komary, meszki, pająki i kleszcze robiły wrażenie. *Nie daj się zabić kleszczom!*⁵⁴ apeluje w maju 2013 roku *Super Express*, przypominając, że *wygłodniałe kleszcze czają się na Polaków! Zdaniem ekspertów podstępne robale jeszcze nigdy nie miały tak wielkiego apetytu na naszą krew. Masowo wyległy na gałęzie krzewów i żdźbła traw, by rzucić się na pierwszą napotkaną ofiarę. Sprawdź, jak przechrzyć te bestie!*⁵⁵. Cytowany *lead* realizuje typowy schemat doniesień o owadach zagrażających naszemu życiu. Kleszcze niosą boreliozę, komary malarię, larwy much „wyjadają mózg”. Wygłodniałe bestie podstępnie i perfidnie rzucą się na pierwszego napotkanego czytelnika tabloidu, który *nawet we własnej toalecie* nie może być bezpieczny.

*Twoja toaleta. Wydawało ci się, że jest oazą domowego spokoju, ale nic z tych rzeczy! Nikt już nie może czuć się bezpiecznie we własnym kibelku. Wyjście za potrzebą możesz przypłacić atakiem serca. Pod deską klozetową może czyhać na ciebie podstępny wąż!*⁵⁶ – tak zaczyna się artykuł Piotra Zabłockiego pt. *Ten wąż mógł być u ciebie!* Swoista apostrofa zapewnia nie tylko spoufalenie z odbiorcą, ale przede wszystkim budzi jego emocje, a grafika ilustrująca wędrówkę gada do toalety ma uwiarygodnić przerażającą historię.

Na łamach tabloidów nie tylko gryzonie, gady i owady niosą śmierć, również zwierzęta domowe są śmiertelnie niebezpieczne. Potwierdzają to np. teksty pt. *Kot przegryzł mi gardło, bo chrapałem*⁵⁷ albo *Psy zabiły go szczekaniem*. Tę wstrząsającą historię opisuje Jarosław Górny⁵⁸: *Upiorne wycie kundli sąsiadki wpędziło Pawła Z. (72 l.) z Zamościa do grobu. Potępienicy psi skowyt słysząc było we dnie i w nocy. Przebił się przez wszystko, świdrował w uszach, rozszarpywał wnętrzności, zadreślał. Doprowadzony do ostateczności Paweł Z. walczył z właścicielką dwóch kundli o chwilę ciszy jak o życie. Przegrał zadreślony psim ujadaniem.* „W tym dramatycznym opisie psy urastają do miana potworów, których jedynym celem jest psychiczne i fizyczne wykończenie sąsiadów poprzez szczekanie” (Średnicki 2008).

Bartosz Średnicki (2008) zauważył, że charakterystycznym dla tabloidów zabiegiem graficznym jest przedstawianie groźnych zwierząt z czarnym paskiem na oczach. Takie zdjęcia nasuwają skojarzenia z zamieszczanymi w prasie zdjęciami osób podejrzanych o popełnienie przestępstwa. Wyobrażenia tabloidowych grafików nie zna granic. Tekst pt. *Ślimaki mutanty żerują Pomorze*⁵⁹ opatrzony był zdjęciem winniczka „z zębami, jakich nie powstydziliby się żaden tygrys. Gdyby

⁵⁴ Nie daj się zabić kleszczom!, *Super Express*, 23.05.2013, s. 8.

⁵⁵ Tamże.

⁵⁶ P. Zabłocki: Ten wąż mógł być u ciebie!, *Fakt*, 17.01.2006.

⁵⁷ J. Paszkowski: Kot przegryzł mi gardło, bo chrapałem, *Fakt*, 30.08.2008, s. 12.

⁵⁸ J. Górny: Psy zabiły go szczekaniem, *Fakt*, 5.05.2006, s. 12.

⁵⁹ Ślimaki mutanty żerują Pomorze, *Fakt*, 30.10.2007, s. 13.

ślimaki w takie zębiska wyposażyla natura, a nie grafik pracujący w Photoshopie, w 2008 roku w całej Polsce zapanowałaby klęska głodu” (Średnicki 2008). Jak słusznie zauważył B. Średnicki, fotografie w gazetach brukowych przedstawiają zagrożenia widziane oczami wyobraźni grafika, a nie matki natury. Groźne zwierzęta na łamach tabloidów pojawiają się wiosną i latem, w sezonie urlopowym. Strach trwa cały rok.

Śmierć w tabloidach, czyli wypadki, zbrodnie, kumulacja patologii

Wypadki i katastrofy (lotnicze, morskie i kolejowe) relacjonowane są nie tylko w tabloidach, jednak brukowce nie stronią od makabrycznych zdjęć i szczegółów. Po katastrofie kolejowej w Hiszpanii, *Fakt* ostrzega czytelników, że w Polsce *podobny wypadek jest kwestią czasu i To nie jest pytanie „czy”. To jest pytanie „kiedy”*⁶⁰.

W tabloidach nie ma śmierci naturalnej. Jest za to kumulacja patologii (*Zabijała dzieci i szła na dyskotekę*⁶¹) i zbrodni. To zawsze interesowało gazety brukowe, bo zawsze interesowało ludzi⁶². Walery Pisarek zwracał uwagę, że od lat czytelnicy

szczególnym zainteresowaniem obdarzali rubryki: *Kronika policyjna*, *Z sali sądowej*, *Wypadki*, a więc rubryki poświęcone występkom i nieszczęściom. To niezdrowe zainteresowanie złem i nieszczęściem można tłumaczyć ułomnością natury ludzkiej; można je traktować jako przejaw zdeprawowania świadomości społecznej przez sensacyjną prasę (Pisarek 2002, s. 172).

Na pierwszej stronie *Faktu* z 15 marca 2013 r. czytamy: *Podpaliła siebie i córeczkę!* (czcionka czerwona); *Napadli na konwój, ukradli miliony* (czcionka żółta); *Zastrzelili 18-miesięczne dziecko i rodziców*. To tylko tytuły, zapisane różnymi kolorami, które alarmują czytelnika i odsyłają go do makabrycznych szczegółów ujawnianych na kolejnych stronach tabloidu. *Potwór był w amoku, wciąż brakowało mu krwi* – to fragment artykułu o nożowniku, który *zmasakrował małe dzieci i skończył ze sobą*. Na pierwszej stronie *Super Expressu* mamy wizualizację zbrodni i tytuł *Rzeźnik z Wołomina wyrzwał rodzinę*, napisany białą czcionką poplamioną krwią⁶³.

Przez wiele miesięcy w 2012 i 2013 roku skrajne emocje budziła sprawa śmierci małej Madzi z Sosnowca. Jej prezentacja w gazetach brukowych przypomina serial i jest modelowym przykładem marketingu horroru (Hodalska 2013), a także voyeuuryzmu prasowego, który „najpełniej bywa realizowany w tabloidach” (Białek-Szwed 2010, s. 184). Rodzice Madzi stali się celetoidami⁶⁴, ta-

⁶⁰ Tak igra się z życiem, *Fakt*, 27–28.07.2013, s. 4–5.

⁶¹ *Fakt*, 18.07.2013, s. 1.

⁶² Kulturowe źródła takich fascynacji odsłania Janina Hajduk-Nijakowska (2010, s. 9–22).

⁶³ *Super Express*, 29.04.2013, s. 1.

⁶⁴ Termin *celetoid* rozpowszechnił Chris Rojek (Rojek 2001).

jemnice śmierci ich córeczki w szczegółach opisuje dodatek kryminalny *Super Detektyw*⁶⁵. Na uwagę „strachoznawców” zasługuje ta seria i tematyka kolejnych odcinków *Super Detektywa*, np.: *Seksualne wampiry*⁶⁶, *Zabójca kobiet*⁶⁷.

Fascynacja strachem była przedmiotem wielu analiz⁶⁸. „Od wieków wiadomo, że nic tak nie przyciąga uwagi jak strach [...]. Obok seksu ten wątek zawsze może liczyć na masowego odbiorcę”, pisze Tomasz Goban-Klas (2009, s. 75), przypominając zasadę tabloidowego dziennikarstwa: „When it bleeds, it leads” (zaciekawi to, co krwawi).

Kultura strachu w tabloidach

Kultura strachu w tabloidach objawia się zarówno w warstwie językowej, jak i pozajęzykowej. Emocjonalnej tonacji służy m.in.:

- dobór leksyki: np. wyolbrzymienia, wykrzykniki, przejmujące epitety, emocjonalne frazy
- konstrukcja tekstów sprzyjająca budowaniu napięcia
- selekcja tematów eksponująca konflikty i zagrożenia
- krzykliwe nagłówki zapisane monstrialną czerwoną lub żółtą alarmistyczną czcionką, zapowiadające artykuły przedstawiające sensacyjne lub udratmatyzowane wydarzenia
- ilustrujące artykuły zdjęcia, odpowiednio wykadrowane i wyeksponowane.

Fotografie lub wizualizacje przedstawiające makabryczne szczegóły zbrodni również oddziałują na emocje czytelników, tak samo jak zdjęcia poddawane graficznej obróbce. „Zdeformowany obraz świata, jaki uzyskujemy w toku percepcji wypowiedzi językowych, rysuje się w jeszcze ciemniejszej paletce, gdy przyswoimy elementy niewerbalne” (Mateja 2011, s. 68). Atmosferę grozy potęguje krzykliwa kolorystyka (dominująca i wszechobecna czerwień, czerń i żółć), a także kontrasty (czarny-czerwony czy żółty-czarny), atakujące czytelnika i budzące najsilniejsze emocje (Mateja 2011, s. 66).

* * *

To wszystko sprawia, że „Świat pokazywany przez tabloidy to świat, który należy przetrwać – mimo wszystko” (Bauer 2010, s. 45). Przetrwać będzie i samotną starość, przeżyć na głodowej emeryturze i nie umrzeć na szpitalnym korytarzu.

⁶⁵ Pierwszy numer dodatku *Super Detektyw* z 21 marca 2013 r. pt. „Tajemnica śmierci Madzi”.

⁶⁶ *Super Detektyw*, 20.06.2013.

⁶⁷ *Super Detektyw*, 6.06.2013.

⁶⁸ Próby zrozumienia i wytłumaczenia tego fenomenu z perspektywy medioznawczej podejmuje m.in. David Altheide (2002), z perspektywy historycznej i kulturoznawczej m.in. Joanna Bourke (2007) albo Beth A. Kattelman i Magdalena Hodalska (2014).

⁶⁹ Pisali o tym m.in. W. Kajtoch (2009), M. Mateja (2011), B. Sobczak (2011).

Na łamach tabloidów najstraszniejsze strachy to te prozaiczne i codzienne, związane ze zdrowiem i pieniędzmi. Lęk przed biedą, chorobą, samotną starością jest silniejszy niż strach przed nietolerancją czy kryzysem. Deklarowane przez Polaków źródła niepokojów tylko w pewnym stopniu znajdują odzwierciedlenie w tabloidach, które eksponują problemy najbliższe doświadczeniu czytelników. Oczywiście codzienność w nadmiarze byłaby zbyt nudna, stąd tak wiele irracjonalnych zagrożeń, w prezentowaniu których redaktorzy tabloidów przechodzą samych siebie, i aż dziw bierze, że pomimo tak wysokiego czytelnictwa gazet brukowych, Polacy wciąż jeszcze nie boją się węża w sedesie, mielonki, termokoca, starych jajek, końca świata, boreliozy i tarantul.

Bibliografia

- Allan S. (2006): *Kultura newsów*, przeł. A. Sadza, Kraków.
- Altheide D. (2002): *Creating Fear. News and the Construction of Crisis*, New York.
- Bauer Z. (2010): „Twój głos w Twoim domu”: cztery typy tabloidyzacji, [w:] I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa (red.): *Tabloidyzacja języka i kultury*, Wrocław, s. 37–48.
- Bejm I. (2013): Czym nas straszą tabloidy? Manipulacja strachem na łamach *Super Expressu* i *Faktu*. Praca licencjacka pisana pod kierunkiem naukowym dr Magdaleny Hodalskiej, obroniona w 2013 roku w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ.
- Białek-Szwed O. (2010): Voyeryzm medialny na łamach polskich tabloidów, [w:] I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa (red.): *Tabloidyzacja języka i kultury*, Wrocław, s. 183–193.
- Bourke J. (2006): *Fear. A Cultural History*, Emeryville.
- Brookes R. (2000): *Tabloidization, media panics, and mad cow disease*, [w:] C. Sparks, J. Tulloch (red.): *Tabloid Tales*, Oxford, s. 195–209.
- Furedi F. (2009): *Culture of Fear Revisited. Risk-taking and the Morality of Low Expectation*, New York.
- Glassner B. (1999): *The Culture of Fear. Why Americans are Afraid of the Wrong Things*, New York.
- Goban-Klas T. (2009): *Media i terroryści. Czy zastrasza nas na śmierć?*, Kraków.
- Hajduk-Nijakowska J. (2010): Kulturowe źródła tabloidyzacji przekazów medialnych, [w:] I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa (red.): *Tabloidyzacja języka i kultury*, Wrocław, s. 9–22.
- Hodalska M. (2013): *Marketing of Horror – Media Coverage of a Family Drama*, [w:] J.H. Campos, C. Ghita (red.): *At the Nexus of Fear, Horror and Terror: Contemporary Readings*, Oxford, s. 123–135.
- Kajtoch W. (2009): W świecie tabloidowych *nagłówków*, *Zeszyty Prasoznawcze* 2009, nr 3–4, s. 25–41.
- Kattelman B.A., Hodalska M. (2014) (red.): *Frightful Witnessing: The Rhetoric and (Re)Presentations of Fear, Horror and Terror*, Oxford.
- Mateja M. (2011): „Świat przedstawiony” zamiast obrazu rzeczywistości? Kreacyjny potencjał mediów brukowych, [w:] I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa (red.): *Tabloidy. Język, wartości, obraz świata*, Wrocław, s. 57–72.
- Pisarek W. (2002): *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków.
- Rojek Ch. (2001): *Celebrity*, London 2001.

- Sobczak B. (2011): Sposoby przyciągania i utrzymywania uwagi w tabloidach na przykładzie dziennika *Fakt*, [w:] I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa (red.): *Tabloidy. Język, wartości, obraz świata*, Wrocław, s. 93–108.
- Średnicki B. (2008): Groźne zwierzęta w *Fakcie* i *Super Expressie* w latach 2006–2008. Praca licencjacka pisana pod kierunkiem naukowym dr Agnieszki Cieślukowej, obroniona w 2008 roku w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ (maszynopis w moim posiadaniu).
- Wojdyła M. (2011): Wybrane wyznaczniki stylu tabloidów (na podstawie pierwszych stron gazet), [w:] I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa (red.): *Tabloidy. Język, wartości, obraz świata*, Wrocław, s. 139–150.

STRESZCZENIE

Kultura strachu w polskiej prasie brukowej

Analiza zawartości *Super Expressu* i *Faktu* pozwoli znaleźć odpowiedź na pytanie, jakich wizualnych i werbalnych środków retorycznych używają autorzy publikacji w tabloidach, aby w czytelnikach wzbudzić lęk; w jakim stopniu ich artykuły wpisują się w „kulturę strachu” (Frank Furedi, Barry Glassner, David Altheide). Wydawcy tabloidów wiedzą, że strach jest skutecznym narzędziem perswazji, a jego siła z upływem lat rośnie, a nie maleje, zapewniając wysoki nakład i sprzedaż tytułów, które od lat kształtują w swoich odbiorcach przekonanie o różnych zagrożeniach, fikcyjnych bądź prawdziwych. W niespokojnym czasie kryzysu warto przyjrzeć się strachom, jakie zapisane są w tabloidowych publikacjach, odkryć ich tło kulturowe, historyczne konteksty oraz społeczne oddziaływanie.

Słowa kluczowe: tabloidy, kultura strachu, analiza zawartości, tabloidyzacja, perswazja